

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PROGRAM  
TALKSHOW MATA NAJWA DI METRO TV  
(Study Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa LPM Pabelan UMS  
Terhadap Mata Najwa Periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh:**

**ARIS SANTOSO**

**L100 110 049**

**PROGRAM STUDI STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2016**

## HALAMAN PERSETUJUAN

**Persepsi Mahasiswa Terhadap Program Talkshow Mata Najwa Di Metro TV  
(Study Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa LPM Pabelan UMS Terhadap  
Mata Najwa Periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016)**

## PUBLIKASI ILMIAH

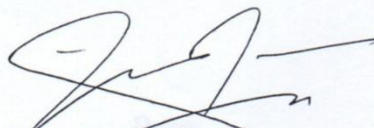
oleh:

**Aris Santoso**

**L 100110049**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



**Budi Santoso, S.Sos, M. Si**

**NIK. 1276**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PROGRAM  
TALKSHOW MATA NAJWA DI METRO TV  
(Study Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa LPM Pabelan UMS  
Terhadap Mata Najwa Periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016)**

**OLEH**

**ARIS SANTOSO**

**L 100 1100 49**


**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Komunikasi dan Informatika  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari senin, 8 Agustus 2016  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

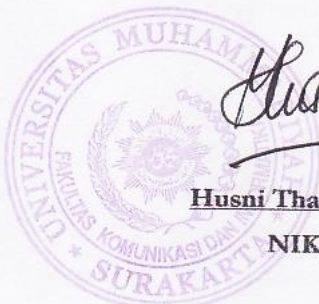
**Dewan Penguji:**

- 1. Budi Santoso, S.Sos, M.Si  
(Ketua Dewan Penguji)**
- 2. Agus Triyono, M.Si  
(Anggota I Dewan Penguji)**
- 3. Nur Latifah Umi Satiti, Ma  
(Anggota II Dewan Penguji)**

(.....)  
(.....)  
(.....)

**Dekan,**

  
**Husni Thamrin, Ph.D**  
**NIK. 706**



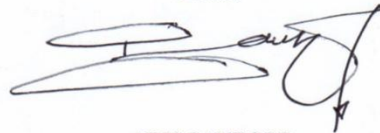
## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 14 Juli 2016

Penulis



ARIS SANTOSO

L 100 1100 49

## PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PROGRAM TALKSHOW MATA NAJWA DI METRO TV

### ORIGINALITY REPORT

<b>19%</b>	<b>16%</b>	<b>1%</b>	<b>9%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta</b> Student Paper	<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>repository.unhas.ac.id</b> Internet Source	<b>4%</b>
<b>3</b>	<b>eprints.uns.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>eprints.undip.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repository.usu.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>library.binus.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>eprints.uny.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>matanajwa.metrotvnews.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>Submitted to Unika Soegijapranata</b> Student Paper	<b>1%</b>



**Persepsi Mahasiswa Terhadap Program Talkshow Mata Najwa Di Metro TV  
(Study Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa LPM Pabelan UMS Terhadap  
Mata Najwa Periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016)**

**Abstrak**

Mata Najwa adalah program talkshow di Metro TV yang dipandu Najwa Shihab tayang *prime time* pada hari rabu pukul 20:05 yang menghadirkan narasumber *news value* dengan tema yang sangat beragam. Setelah pemilihan presiden 2014 program ini dipengaruhi unsur politik. Ada perubahan sikap dan cenderung mendukung program-program kebijakan pemerintah. Hal seperti ini yang menimbulkan persepsi masyarakat apalagi mahasiswa yang sering mengikuti berita-berita yang terjadi di Indonesia, cenderung mempunyai persepsi kritis. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap program talkshow Mata Najwa di Metro TV periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada sampel sebagai instrument pengumpulan data. Teknik sampling menggunakan teknik total sampling yakni jumlah sampel yang diteliti adalah keseluruhan dari anggota populasi yang ada berjumlah 30 mahasiswa LPM Pabelan UMS. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif statistik. Hasil penelitian secara keseluruhan persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap Mata Najwa adalah positif dengan mean 3.22. Temuan ini menunjukkan bahwa Mata Najwa adalah program talkshow yang baik karena tidak terpengaruh unsur politik. Mata Najwa tetap kritis sebelum atau sesudah pemilihan presiden 2014 karena menjunjung tinggi peran media secara netral tidak memihak salah satu kubu, meskipun pemilik media Surya Paloh bergabung dipemerintahan Jokowi.

Kata kunci : Deskriptif kuantitatif, LPM Pabelan, Mata Najwa, Persepsi.

**Abstracts**

Mata Najwa is a talk show on Metro TV program hosted Najwa Shihab aired prime time on Wednesday at 8.05 pm were the speakers news value with abundance themes. After the presidential election of 2014 this program influenced political elements. There is a change in attitude and supported programs of government policy. Therefore public perception especially students who often follow the news that happened in Indonesia, tend to have a critical perception. The purpose of this research to find out the student perceptions LPM Pabelan UMS against Mata Najwa talk show program on Metro TV the period Nov 18, 2015 - March 15, 2016. This research used a descriptive quantitative approach to collect the questionnaire as a data collection instrument. The sampling technique using total sampling technique that is the number of samples studied is the whole of the members of the population there were 30 students LPM Pabelan UMS. Data were analyzed using descriptive statistical analysis. The results of the study LPM Pabelan UMS student perception towards Mata Najwa was positive with mean 3.22. Moreover, Mata Najwa is a good talkshow program because not affected to critical political element before or after the presidential election of 2014. Mata Najwa upholds the roles of the media are impartial on one side, although the media owner Surya Paloh joins with Jokowi government.

Keywords : Descriptive quantitative, LPM Pabelan, Mata Najwa, Perception.

## 1. PENDAHULUAN

Televisi merupakan hasil perkembangan teknologi yang semakin maju dalam menyampaikan pesan sudah melalui *audio* dan *visual* secara bersamaan, sehingga informasi lebih mudah dipahami dan mampu memberikan kesan. Di Indonesia siarannya dipandang sebagai salah satu media informasi yang mempunyai banyak penonton tanpa mengenal umur, jenis kelamin, status sosial dan pendidikan. Menurut Darwanto (2007) televisi secara langsung maupun tidak langsung telah membawa pengaruh dalam masyarakat karena memiliki peran besar dalam pengembangan wawasan, membentuk pola pikir dan pendapat umum. Selain itu televisi juga dapat menimbulkan persepsi yang berbeda terhadap apa yang diinformasikan.

Jauhari (2013) mengatakan perkembangan siaran televisi di Indonesia diawali dengan munculnya Televisi Republik Indonesia (TVRI) pada tahun 1962. Hadirnya TVRI sebagai televisi pemerintah secara tidak langsung telah mendorong munculnya televisi swasta. Pada tahun 1989 pemerintah melalui Departemen Penerangan memberikan izin operasi kepada RCTI sebagai televisi swasta pertama di Indonesia untuk memulai siaran. Kemudian munculah televisi swasta lainnya seperti SCTV, MNC TV, ANTV, Indosiar, Metro TV, TV One, Trans TV, Trans 7, Global TV, Kompas TV dan Net.TV.

Kehadiran televisi swasta telah membawa angin segar bagi pertelevisian di Indonesia, masyarakat lebih mempunyai alternatif. Metro TV berbeda dengan stasiun televisi lainnya karena menghadirkan siaran berita sebagai tayangan utama yang mengudara selama 24 jam. Merupakan bagian dari anak perusahaan Grup Media yang dimiliki Surya Paloh berdiri sejak 25 November 2000. Programnya dirancang untuk memenuhi kebutuhan keluarga yang berpenghasilan menengah ke atas. Metro TV banyak menghadirkan program talkshow seperti Kick Andy, Just Alvin, Mata Najwa dan Sudut Pandang. Acara talkshow juga ada di televisi lainnya seperti Bukan Empat Mata, Hitam Putih, Rumpi, Show Imah, Satu Jam Lebih Dekat, dan Indonesia Lawyers Club.

Menurut Morissan (2011) talkshow merupakan program yang dipandu host dan mengundang narasumber untuk membahas suatu topik. Mereka yang menjadi narasumber adalah orang-orang yang memiliki nilai berita atau mempunyai pengalaman langsung dengan peristiwa yang sedang dibahas. Tema yang diangkat sangat beragam seperti masalah sosial, budaya, pendidikan, ekonomi, politik, olahraga dan isu-isu hangat dalam masyarakat. Banyak talkshow di Indonesia yang datang dan pergi silih berganti yang tidak bisa bertahan lama. Namun ada juga yang masih bertahan dan mampu menghadirkan perbincangan menarik yang kini telah berusia enam tahun, yakni Mata Najwa. Merupakan program talkshow unggulan Metro TV yang disiarkan sejak 25 November 2009 yang tayang *prime time* pada hari Rabu pukul 20:05 sampai 21:30 WIB. Mata Najwa adalah program talkshow pertama di Indonesia yang digelar di stadion dan telah mencatat rekor muri dengan jumlah penonton lebih dari 25.000 orang, pada waktu itu dipertunjukkan di Stadion Brantas, Batu, Malang.

Berdasarkan portal web Mata Najwa Metro TV news acara ini berhasil meraih penghargaan sebagai talkshow terinspirasi pada anugerah Dompot Dhuafa Award tahun 2011. Selama tiga tahun berturut-turut masuk nominasi sejak 2010 hingga 2012, barulah di tahun 2014 berhasil mendapat penghargaan KPI Award sebagai program talkshow terbaik. Mata Najwa juga menang dalam penghargaan program tv of the year Net 3.0 Indonesia Choice Awards 2016. Menurut hasil survey KPI yang dilakukan pada bulan September sampai Oktober 2015 Mata Najwa dinyatakan sebagai program televisi paling berkualitas.



Gambar 1 : Survey KPI indeks kualitas program siaran tv periode September - Oktober 2015

Tema Mata Najwa sangat beragam menghadirkan masalah yang sedang terjadi dan hangat diperbincangkan masyarakat yang menjadi *trending topic*. Selain itu narasumber yang dihadirkan adalah orang-orang yang memiliki nilai berita seperti pejabat tinggi yang terkenal dan berprestasi, orang inspiratif, pakar yang ahli dibidangnya serta artis. Supaya tidak jenuh acara ini mengadakan program Mata Najwa On Stage dengan berkunjung ke kampus - kampus dan selalu dihadiri oleh ribuan mahasiswa.

Kesuksesan Mata Najwa tidak lepas dari kredibilitas Najwa Shihab yang berhasil menang di Panasonic Gobel Awards 2015 sebagai presenter talkshow berita dan informasi. Najwa mampu mengarahkan acara dengan baik, talkshow yang bermuatan politik mengandalkan host yang tidak sekadar bertanya, namun mampu menguji pernyataan, menunjukkan ironi, dan menghadirkan fakta-fakta yang saling bertubrukan, hingga mengaduk emosi sampai batas terjauh. Najwa dan tim Metro TV mampu menyajikan acara talkshow yang menarik, kemasannya lebih bervariasi, lebih segar, penuh diskusi dan kritis. Namun setelah pemilihan presiden 2014 program ini dipengaruhi unsur politik. Ada perubahan sikap Najwa dalam membawakan acara Mata Najwa sehingga tak sekritis sebelum pilpres dan cenderung mendukung program - program kebijakan pemerintah. Najwa memiliki peran sebagai host bertugas mengendalikan acara secara netral, tidak memihak salah satu kubu yang dirasa menguntungkan. Media seharusnya netral dalam menyampaikan dan menyajikan suatu masalah karena Mata Najwa disaksikan oleh banyak penonton.

Hal seperti ini bisa menimbulkan persepsi masyarakat apalagi mahasiswa yang sering mengikuti berita - berita yang terjadi di Indonesia, cenderung mempunyai persepsi kritis dalam menanggapi muatan informasi yang ditayangkan media. Penilaian mahasiswa terhadap Mata Najwa mempunyai nilai yang berbeda, menarik tidaknya suatu program dapat dilihat dari persepsi penonton terhadap acara tersebut. Dalam penelitian ini penulis memilih sampel mahasiswa Lembaga Pers Mahasiswa Pabelan UMS merupakan organisasi yang bergerak dibidang jurnalistik. Alasannya karena mahasiswa LPM Pabelan lebih paham tentang isi media dan apakah informasi yang disajikan sudah menjunjung kode etik jurnalistik. Serta lebih mengetahui masalah sudut pandang dan memiliki penilaian yang objektif.

Penelitian mengenai persepsi mahasiswa terhadap talkshow pernah dilakukan oleh mahasiswa UMS Martanto (2014) yang berjudul persepsi mahasiswa tentang program talkshow Show Imah di Trans TV. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS tentang Show Imah di Trans TV. Hasil penelitian persepsi mahasiswa tentang program Show Imah mendapat respon positif yakni 78,50 %. Penelitian lain tentang persepsi



terhadap talkshow pernah dilakukan oleh Prasetyo, Tiyanto & Surwati (2014) yang berjudul persepsi mahasiswa terhadap informasi hukum dalam acara ILC TV One. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang *Indonesia Lawyers Club* dan untuk mengetahui ragam persepsi berdasarkan kesan mahasiswa yang berbeda. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi mahasiswa anggota KSP Principium terhadap acara ILC adalah positif karena dalam acaranya mengandung banyak informasi tentang perkembangan hukum di Indonesia. Serta penelitian Rahman (2015) yang judul persepsi mahasiswa Universitas Telkom pada acara talkshow di televisi. Pada penelitian ini hanya membahas satu episode yaitu mengenai persepsi mahasiswa pers Ikom Telkom terhadap Mata Najwa episode Gengsi Berebut Kursi. Hasil penelitian menunjukkan persepsi mahasiswa terhadap Angel Lelga sebagai narasumber cenderung negatif, sedangkan persepsi positif diberikan pada penampilan Najwa Shihab sebagai pembawa acara Mata Najwa.

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang berjudul Di Media Massa Barat : Demografi Dan Persepsi Kredibilitas Media Pakistan (Day, 2015) peneliti membahas tentang penilaian penonton dari platform media yang berbeda di Pakistan dengan sampel survei acak. Hasil menunjukkan saat membandingkan sumber informasi media Pakistan, Persepsi anggota mayoritas kelompok Punjabi terhadap media kredibilitas televisi dalam negeri umumnya lebih tinggi dari kredibilitas media televisi internasional. Satu penjelasan adalah asumsi umum bahwa media berita internasional menggambarkan Pakistan negatif. Namun berbeda dengan persepsi kelompok etnis minoritas terhadap televisi dalam negeri cenderung kurang kredibel dan televisi internasional atau media tradisional misalnya, surat kabar dan majalah menjadi lebih kredibel.

Selain penelitian diatas penelitian lain tentang persepsi pernah dilakukan oleh Mahsud, Chaudhry, dan Madni yang berjudul paparan saluran tv swasta pada cakupan politik dan persepsi pemirsa. Penelitian ini mengeksplorasi persepsi pemirsa tentang berita pada saluran televisi swasta dan peristiwa program pada isu-isu politik. Data dari 320 responden terdiri dari 160 laki-laki dan 160 perempuan dikumpulkan melalui teknik wawancara pribadi. Hasil persepsi pada saluran berita menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden lebih suka Geo News, pemirsa laki-laki menghabiskan lebih banyak waktu untuk menonton saluran berita yang lebih puas dengan cakupan isu politik sedangkan yang perempuan lebih puas dengan cakupan berita terorisme. Mengingat bukti empiris yang diamati itu disimpulkan bahwa saluran televisi swasta mempengaruhi persepsi pemirsa (Mahsud, Chaudhry, & Madni, 2013).

Sedangkan penelitian sekarang berjudul persepsi mahasiswa terhadap program talkshow Mata Najwa di Metro TV (Studi deskriptif kuantitatif pada mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap Mata Najwa periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016) merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan data secara sistematis, menggambarkan secara akurat mengenai persepsi mahasiswa LPM Pabelan terhadap talkshow Mata Najwa yang dilihat dari 5 dimensi yakni dimensi pembawa acara, narasumber, tema / materi acara, waktu penayangan dan setting acara.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut, “Bagaimana persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap program talkshow Mata Najwa di Metro TV periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016?”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap program talkshow Mata Najwa di Metro TV periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi tentang persepsi penonton dalam melihat tayangan televisi dan diharapkan

mampu memberikan masukan kepada pihak Metro TV mengenai persepsi penonton terhadap Mata Najwa, sehingga dapat digunakan untuk mengembangkan acara sesuai dengan keinginan dan harapan penonton. Selain itu hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan sebuah referensi bagi penelitian selanjutnya, serta dapat mengembangkan ilmu komunikasi terutama dalam bidang media televisi terkait persepsi mahasiswa terhadap program talkshow Mata Najwa.

Pada penelitian ini menggunakan dua teori yakni televisi sebagai media massa dan persepsi berikut penjelasnya.

a. Televisi Sebagai Media Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa baik media cetak maupun elektronik yang ditunjukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, yang sifatnya heterogen dan anonim sehingga pesan atau informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Media massa yang banyak digemari oleh masyarakat adalah televisi, merupakan sebuah produk berteknologi tinggi menggunakan tenaga listrik dalam menyampaikan pesan melalui audio dan visual secara bersamaan, sehingga masyarakat lebih mudah untuk menyerap informasi. Secara langsung atau tidak langsung tayangan televisi bisa mempengaruhi cara pikir, pengembangan wawasan dan pendapat umum. Karakteristik yang dimiliki oleh televisi dengan mengutamakan gambar, mengutamakan kecepatan, bersifat sekilas, bersifat satu arah, dan jangkauan luas (Darwanto, 2007).

Menurut Sutarso (2012) peran televisi sebagai media massa menjadi sangat penting yang tumbuh dalam masyarakat modern. Aktifitas media televisi dalam melaporkan informasi atau peristiwa politik yang seringkali memberi dampak yang signifikan bagi perkembangan politik. Media tidak saja menjadi sumber informasi bagi masyarakat, namun juga bisa menjadi faktor pendorong terjadinya perubahan politik. Pertautan media massa dengan perubahan politik ini tidak terlepas dari peran penting media massa dalam komunikasi politik, terutama dalam fungsi pengembangan opini dan pembentukan wacana publik. Menurut Sadaf (2011) Peran utama media yang paling penting yakni tidak hanya memberikan informasi umum tetapi juga dalam membuat dan menjembatani atas kesenjangan antara dua ujung yang berbeda dari sebuah isu.

Banyak survei telah menunjukkan bahwa sebagian besar anggota masyarakat memiliki televisi sebagai sumber informasi dasar dan mereka menganggap televisi sebagai sumber yang dapat dipercaya karena orang memiliki kemampuan untuk mendengar orang berbicara dan melihat orang-orang bertindak, selain itu televisi juga mampu membentuk persepsi publik (Mahsud, Chaudhry, & Madni, 2013). Keunggulan televisi dibandingkan dengan media massa lainnya adalah dapat menyampaikan pesan secara langsung dengan teknologi listrik. Dengan adanya televisi kebutuhan masyarakat akan informasi menjadi terpenuhi, program televisi yang menayangkan persoalan yang sedang terjadi dimasyarakat lebih banyak ditonton dibanding dengan tayangan hiburan, namun penontonnya lebih dewasa dan berpendidikan yang dapat memberikan persepsi obyektif terhadap muatan acara tersebut (Prasetyo, Tiyanto & Surwati, 2014).

Program acara televisi dalam menyebarkan informasi memiliki dampak yang besar pada politik, nilai-nilai sosial, gaya hidup karena masyarakat menonton televisi sebagai sumber utama informasi dan hiburan (Mahsud, Chaudhry, & Madni, 2013). Untuk mengambil hati sekaligus memuaskan khalayaknya, berbagai stasiun televisi swasta memproduksi program acara yang dirasa banyak diminati oleh masyarakat. Morissan (2011) menyatakan program acara adalah segala hal

yang ditampilkan oleh stasiun televisi untuk memenuhi kebutuhan audien. Program dapat disamakan dengan sebuah produk atau pelayanan yang dijual kepada audien dan pemasang iklan. Dengan demikian program yang dihadirkan merupakan produk yang dibutuhkan audien sehingga mereka bersedia mengikutinya. Maka program yang dihadirkan haruslah bagus diharapkan akan disukai audien.

Menurut Morissan (2011) pada dasarnya jenis program acara dibagi menjadi dua macam yakni program informasi dan program hiburan. Program informasi adalah program yang memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap suatu hal yang sedang terjadi dan dianggap penting oleh publik. Program ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yakni berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*). Sedangkan Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur penonton. Seperti drama, permainan (*game show*), musik.

Talkshow adalah program perbincangan yang dipandu oleh host dan mengundang narasumber untuk membahas suatu topik tertentu. Mereka yang menjadi bintang tamu merupakan orang-orang yang memiliki nilai berita atau mempunyai pengalaman langsung dengan peristiwa yang tengah dibahas. Tema yang diangkat sangat beragam seperti masalah sosial, budaya, politik, ekonomi, pendidikan, olahraga, gaya hidup, isu dalam masyarakat dan sebagainya (Morissan, 2011).

Menurut Morissan (2011) talkshow yang dapat memikat audien harus ada pembicara yang memiliki opini kuat namun bertentangan seperti sedang berkonflik dengan pembicara lainnya, para narasumber sebagai pembicara yang terlibat dalam talkshow harus memiliki perbedaan pandangan yang jelas. Jika ditinjau dalam komunikasi massa, model komunikasi dalam acara talkshow Mata Najwa lebih cocok pada model David K. Berlo (Dalam Wulandari, 2009) menyebutkan bahwa komunikasi terdiri dari empat proses utama yaitu SMRC (*Source, Message, Channel, and Receiver*) lalu ditambah tiga proses sekunder, yaitu umpan balik (*feedback*), efek dan lingkungan. *Source* (sumber) adalah seseorang yang memberikan pesan atau informasi dalam komunikasi dapat disebut komunikator. *Message* (pesan) adalah isi dari komunikasi atau informasi yang memiliki nilai dan disampaikan secara *verbal* maupun *non verbal* oleh komunikator melalui tatap muka atau media masa. Pesan bersifat menghibur, informatif, edukatif, persuasif, dan juga bisa bersifat propaganda. *Channel* (media) adalah sebuah alat atau saluran komunikasi untuk mengirimkan pesan. *Receiver* dalam artian ini komunikan atau individu yang menerima pesan, dengan atau tidak melalui perantara.

#### **b. Persepsi**

Persepsi adalah proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera kemudian diorganisasikan dan diinterpretasikan, sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diterima alat indera. Proses penginderaan merupakan pendahulu dari proses terjadinya persepsi, proses ini akan berlangsung kapan saja bisa melalui mata sebagai alat penglihatan, hidung sebagai alat pembauan, telinga sebagai alat pendengar, lidah sebagai alat pengecap, kulit pada telapak tangan sebagai alat perabaan (Walgito, 2010).

Nova (2011) mendefinisikan persepsi adalah suatu proses dimana seseorang menyeleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasi suatu stimulus ke dalam gambaran dunia yang menyeluruh. Pembentukan persepsi atau opini publik dapat melalui produk media massa yang dituangkan dalam acara talkshow seperti Mata Najwa. Faktor yang berperan dalam pembentukan persepsi menurut jurnal (Etchegaray & Correa, 2015) yang berjudul konsumsi media dan imigrasi : faktor terkait

dengan persepsi stigmatisasi antara imigran, faktor yang berperan dalam persepsi adalah faktor sosiodemografi seperti jenis kelamin, umur, dan pendidikan serta pengalaman pribadi.

Sedangkan menurut Walgito (2010) untuk mengadakan persepsi harus ada beberapa faktor yang berperan merupakan syarat agar terjadinya persepsi yaitu obyek, alat indera, dan perhatian. Objek yang dipersepsi merupakan objek akan menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera. Sebagian besar stimulus datang dari luar individu, namun ada juga stimulus yang datang dari dalam diri individu yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor. Alat indera adalah alat untuk menerima stimulus kemudian syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima alat indera ke pusat susunan syaraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf motoris. Untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian sebagai langkah awal untuk persiapan. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktifitas individu yang ditunjukkan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

Objek yang dapat dipersepsi sangat banyak yaitu segala sesuatu yang ada disekitar manusia. Menurut Walgito (2010) jenis persepsi terbagi menjadi dua macam yaitu persepsi terhadap manusia dan persepsi terhadap non manusia. Persepsi terhadap manusia yaitu manusia itu sendiri yang menjadi objek persepsi. Manusia yang dipersepsi mempunyai kemampuan, perasaan ataupun aspek lain seperti halnya pada orang yang mempersepsi. Orang yang dipersepsi dapat mempengaruhi pada orang yang mempersepsi. Berkaitan dengan penelitian ini dalam program talkshow ada persepsi terhadap manusia yaitu persepsi mengenai pembawa acara dan narasumber Mata Najwa, berikut penjabarannya :

1. Persepsi terhadap manusia dimensi pembawa acara bertujuan untuk mengetahui bagaimana penampilan dan kemampuan Najwa dalam membawakan Mata Najwa di Metro TV.
2. Persepsi terhadap manusia dimensi narasumber bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemampuan narasumber dalam menjawab atau menanggapi pertanyaan.

Persepsi terhadap non manusia merupakan proses penafsiran terhadap objek-objek tidak bernyawa yang ada disekitar lingkungan kita. Dalam program talkshow persepsi terhadap objek non manusia dapat dilihat dari segi kualitas program acara Mata Najwa yang meliputi :

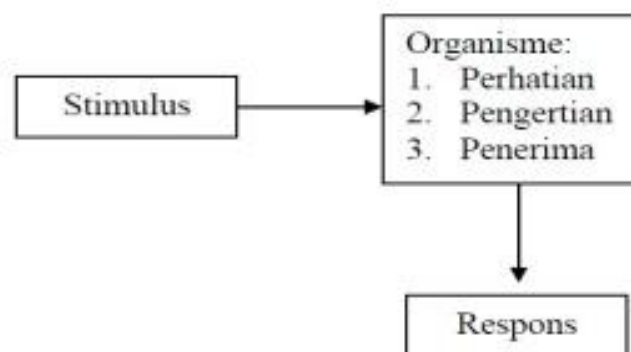
1. Persepsi terhadap tema/materi acara bertujuan untuk mengetahui apakah tema acara yang disampaikan dalam acara Mata Najwa dapat memberikan informasi.
2. Persepsi terhadap waktu penayangan bertujuan untuk mengetahui waktu penayangan Mata Najwa pada hari rabu pukul 20.05 WIB sudah efektif.
3. Persepsi terhadap setting acara bertujuan untuk mengetahui setting acara meliputi backsound, backgroud dan tata panggung dalam program Mata Najwa sudah sesuai.

Proses terjadinya persepsi didahului saat objek menimbulkan stimulus lalu diterima oleh alat indera, kemudian dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak sehingga individu dapat menyadari apa yang dilihat dan apa yang didengar maupun apa yang diraba (Walgito, 2010). Mahasiswa menonton Mata Najwa karena kebutuhan akan informasi yang didukung oleh perkembangan dalam dunia televisi yang semakin pesat. Peningkatan ini juga disertai melonjaknya jumlah penonton yang juga

merupakan refleksi dari semakin menariknya tayangan yang disajikan. Dalam menjabarkan proses bagaimana media saat menyampaikan pesan kepada khalayak dan kemudian merespon pesan tersebut, proses ini dapat diterangkan melalui teori S-O-R.

Effendy (Dalam Martanto 2014) menyatakan teori S-O-R memiliki tiga elemen yakni *Stimulus* adalah sumber rangsangan, *organism* adalah komunikan penerima rangsangan, dan *response* adalah umpan balik yang dihasilkan. Dalam masyarakat modern dimana prinsip teori ini mengasumsikan bahwa pesan informasi dipersiapkan oleh media dan didistribusikan secara sistematis dalam skala luas, secara serempak pesan dapat diterima oleh masyarakat, kemudian khalayak akan merespon informasi tersebut.

Pada teori S-O-R organism akan menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu. Berarti keadaan internal organism berfungsi untuk menghasilkan respon tertentu, jika ada kondisi stimulus tertentu pula. Hovland, Jains dan Kelly menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru terdapat 3 variabel penting yaitu perhatian, pengertian, penerima. Maka proses komunikasi S-O-R dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2 : Teori S-O-R (Effendy, 2002)

Dalam hal ini kerangka teori S – O – R dengan acara Mata Najwa dapat di jelaskan bahwa:

1. Stimulus adalah suatu rangsangan atau sumber informasi. Stimulus disini merupakan talkshow Mata Najwa di Metro TV yang berfungsi sebagai media yang memberikan informasi kepada khalayak.
2. Organisme adalah komunikan yang menerima pesan. Dalam hal ini organisme sebagai pemirsa yang menerima pesan atau penonton acara Mata Najwa, dimana dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa LPM Pebelan UMS.
3. Respon adalah tanggapan individu atau khalayak terhadap suatu hal. Respon muncul setelah pesan sudah diterima dan diolah oleh khalayak sehingga mahasiswa dapat berpersepsi atas Mata Najwa.

Dapat disimpulkan bahwa stimulus yang disampaikan kepada komunikan mungkin ada yang dapat diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari penonton, apakah komunikan dapat menerima dengan jelas atau tidak isi pesan yang disampaikan. Proses berikutnya penonton mengerti atau tidak apa isi pesan yang sedang disampaikan. Penilaian pemirsa terhadap Mata Najwa mempunyai nilai yang berbeda, menarik tidaknya suatu program dapat dilihat dari persepsi penonton terhadap acara tersebut.

Rosmawaty (2010) menjelaskan persepsi merupakan proses pengumpulan informasi dan pemberian makna. Persepsi pada setiap orang juga berbeda karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Sehingga persepsi pada setiap individu dapat terbentuk berdasarkan hasil selektifitas, karena setiap individu mempunyai kontrol terhadap berbagai stimuli yang masuk. dalam persepsi meski stimulusnya sama akan tetapi karena pengalaman tidak sama, kemampuan berpikir tidak sama, kerangka acuan tidak sama, adanya kemungkinan hasil persepsi antara individu yang satu dengan individu yang lainnya berbeda. Gamble (2005) mengatakan persepsi bisa dihasilkan melalui sebuah proses aktif dari dalam diri kita saat berupaya memilah, mengelompokkan serta memberikan makna pada setiap informasi yang kita terima.

## **2. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan terukur pada keseluruhan obyek penelitian mengenai persepsi mahasiswa terhadap Mata Najwa di Metro TV. Menurut Kriyantono (2010) metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang menggambarkan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan dengan sistematis dan terukur. Penelitian secara deskriptif mampu menggambarkan suatu fenomena pada populasi tertentu.

Penelitian ini dilakukan di sekretariat Lembaga Pers Mahasiswa Pabelan kampus 1 Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) yang beralamat di Student Center Griya Mahasiswa UMS, Jl. A. Yani Tromol Pos 1, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo 57102. Lokasi penelitian dipilih karena LPM Pabelan UMS merupakan organisasi yang bergerak dibidang jurnalistik. Mahasiswa LPM Pabelan lebih paham tentang isi media dan apakah informasi yang disajikan sudah menjunjung kode etik jurnalistik. Serta lebih mengetahui masalah sudut pandang dan memiliki penilaian yang objektif. Waktu dilaksanakannya penelitian pada tanggal 18 November 2015 sampai 15 Maret 2016 karena dalam waktu 4 bulan tema yang diangkat Mata Najwa lebih beragam ada tema politik, sosial, budaya dan hukum sehingga persepsi mahasiswa juga akan lebih beragam.

Kriyantono (2010) mengatakan populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti, populasi bisa berupa orang, organisasi dan beberapa media massa juga termasuk didalamnya. Pada penelitian ini populasi yang dimaksud adalah kumpulan orang dalam lingkup organisasi yakni seluruh mahasiswa LPM Pabelan UMS. Bagian dari unit analisis yang dianggap dapat mewakili populasi disebut sampel, sedangkan cara untuk menentukan besaran sampel dikenal dengan teknik sampling. Sampel pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa LPM Pabelan UMS sebanyak 30 orang. Teknik sampling menggunakan teknik total sampling yakni jumlah sampel yang diteliti adalah keseluruhan dari anggota populasi yang ada. Menurut Kriyantono (2010) metode total sampling dianggap lebih akurat karena data yang diperoleh secara lengkap mencakup seluruh populasi.

Pengelompokan responden dapat dikategorikan sebagai berikut jenis kelamin menunjukkan perempuan sebagai distribusi tertinggi sebanyak 20 responden (66,67%) dan laki-laki sebanyak 10 responden (33,33%). Pada distribusi usia responden yang tertinggi usia 20 tahun sebanyak 10 orang (33,33%), 21 tahun ada 6 orang (20%), 19 tahun ada 5 orang (16,67%), 22 tahun ada 4 orang (13,33%), 18 tahun ada 3 orang (10%) dan terendah 17 tahun ada 2 orang (6,67%). Pada kategori semester menunjukkan distribusi tertinggi adalah semester 4 ada 11 orang (36,67%), semester 6 ada 8 orang (26,67%), semester 2 ada 7 orang (23,33%), dan terendah semester 8 ada 4 orang (13,33%).



Pada pengelompokan Fakultas menunjukkan distribusi tertinggi adalah F. Keguruan dan Ilmu Pendidikan sebanyak 11 orang (36,67%), F. Psikolog ada 4 orang (13,33%), F. Komunikasi & Informatika ada 4 orang (13,33%), F. Teknik ada 3 orang (10%), dan sisanya F. Agama Islam ada 2 orang (6,67%), F. Ilmu Kesehatan ada 2 orang (6,67%), F. Farmasi ada 2 orang (6,67%), F. Ekonomi ada 2 orang (6,67%).

Variabel dalam penelitian ini hanya berjumlah satu atau variabel tunggal, tidak melibatkan variabel lain yang bersifat mempengaruhi ataupun dipengaruhi. Variabel tunggal merupakan variabel persepsi mahasiswa terhadap Mata Najwa yang mengacu pada jenis persepsi oleh Bimo Walgito (2010) yaitu persepsi terhadap manusia meliputi dimensi pembawa acara dan narasumber. Serta persepsi terhadap non manusia meliputi dimensi tema / materi acara, waktu penayangan, dan setting acara.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada sampel atau responden secara bertahap. Kriyantono (2010) mengatakan kuesioner adalah kumpulan daftar pertanyaan yang akan dijawab atau diisi responden dimana jawaban sudah disediakan oleh peneliti sendiri. Responden cukup menjawab sangat setuju (ss), setuju (s), tidak setuju (ts) dan sangat tidak setuju (sts) dengan memberikan tanda (x) pada setiap butir pertanyaan. Sedangkan sebagai penguat data yang berasal dari studi pustaka yang didapat dari LPM Pabelan UMS dan melalui sumber bacaan buku-buku, internet atau data-data laporan lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik uji persyaratan analisis data dilakukan dengan uji validitas dan reabilitas. Umar (2002) mengatakan validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur atau instrument penelitian mengukur apa yang akan diukur. Bertujuan menggambarkan jawaban atas pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan pada responden dan menunjukkan pertanyaan atau jawaban tersebut relevan terhadap indikator yang diturunkan peneliti. Sebuah kuesioner bisa dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan menjadi tidak valid bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  diketahui dari jumlah responden yang digunakan. Sedangkan uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen pengumpul data menggunakan teknik koefisien alpha cronbach. Sebuah kuesioner dinyatakan konsisten bila nilai dari  $alpha_{cronbach} >$  dari 0,6.

Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dengan memanfaatkan SPSS versi 22 bertujuan untuk memperoleh gambaran secara diskriptif dengan menjabarkan dan menjelaskan hasil yang ada. Sarwono (2015) mengatakan analisis statistik deskriptif berfungsi untuk memudahkan dalam memberikan gambaran tentang responden berdasarkan karakteristik seperti jenis kelamin, usia, dan semester. Analisis deskriptif untuk pengukuran persepsi tentang dimensi variabel yang tersaji dalam bentuk tabel frekuensi termasuk didalamnya skor tertinggi, rata-rata (mean), nilai tengah (median), dan standar deviasi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini, peneliti akan menyajikan data dari hasil penyebaran kuesioner yang telah diisi oleh para responden. Data yang diperoleh sebelum dianalisis kuesioner harus diuji terdahulu dengan cara uji validitas dan uji reabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 22, diketahui  $r_{tabel}$  sebanyak 20 responden yaitu 0,444. Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel penelitian yang

diturunkan menjadi 40 indikator dan tersusun dalam kuesioner, 35 item pernyataan dinyatakan valid sedangkan 5 item pada no 2, 15, 24, 32, dan 33 dinyatakan tidak valid karena nilai  $r$  hitung kurang dari 0,444 sehingga harus dikeluarkan dari pembahasan. Pada uji reliabilitas ditemukan bahwa hasil *alpha cronbach* adalah 0.949 yang mana nilai tersebut lebih besar dari pada 0,6 dengan demikian kuesioner yang digunakan oleh peneliti bisa dikatakan konsisten.

Hasil tanggapan responden melalui kuesioner kemudian dikelompokkan dan diolah untuk menemukan perolehan total skor terhadap konsep yang akan diukur. Nilai rata-rata dari perolehan skor responden akan dikelompokkan kedalam kategori sangat negatif, negatif, positif, dan sangat positif dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Skala penilaian} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Banyaknya kategori}} \\ &= \frac{4 - 1}{4} \\ &= \mathbf{0.75}\end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan di atas adalah 0.75 sehingga dapat dikategorikan penilaian sebagai berikut:

Tabel 1 : Kategori Penelitian

Skor	Kategori
1.00 – 1.75	Sangat negatif
1.76 – 2.50	Negatif
2.51 – 3.25	Positif
3.26 – 4.00	Sangat positif

Sumber : Data primer diolah, 2016.

Mengacu pada kategori diatas maka distribusi hasil perhitungan secara keseluruhan persepsi responden terhadap Mata Najwa pada setiap dimensi menghasilkan nilai rata – rata (mean) sebagai berikut :

Tabel 2 : Tanggapan responden pada seluruh dimensi.

No	Dimensi	Mean	Kategori
1	Pembawa acara	3.19	Positif
2	Narasumber	3.2	Positif
3	Tema / materi	3.2	Positif
4	Waktu penayangan	3.27	Sangat Positif
5	Setting acara	3.26	Sangat Positif
<b>Total</b>		<b>16.12</b>	
<b>Mean</b>		<b>3.22</b>	<b>Positif</b>

Sumber : Data primer diolah, 2016.

Peran televisi sebagai media massa menjadi sangat penting yang tumbuh dalam masyarakat modern. Aktivitas media televisi dalam melaporkan informasi atau peristiwa politik yang seringkali memberi dampak yang signifikan bagi perkembangan politik. Media tidak saja menjadi sumber informasi bagi masyarakat, namun juga bisa menjadi faktor pendorong terjadinya perubahan politik. Pertautan media massa dengan perubahan politik ini tidak terlepas dari peran penting media massa dalam komunikasi politik, terutama dalam fungsi pengembangan opini dan pembentukan wacana publik (Sutarso, 2012). Televisi secara langsung ataupun tidak langsung telah membawa pengaruh dalam masyarakat karena memiliki peran dalam pengembangan wawasan, membentuk pola pikir, pendapat umum, selain itu juga bisa menimbulkan persepsi yang berbeda. Proses terjadinya persepsi didahului saat objek menimbulkan stimulus lalu diterima oleh alat indera, kemudian dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak sehingga individu dapat menyadari apa yang dilihat dan apa yang didengar maupun apa yang diraba. Stimulus pada penelitian ini adalah Mata Najwa.

Mata Najwa adalah program talkshow di Metro TV yang dipandu Najwa tayang *prime time* pada hari rabu pukul 20:05 yang menghadirkan narasumber *news value* dengan tema yang sangat beragam. Setelah pemilihan presiden 2014, program ini dipengaruhi unsur politik. Ada perubahan sikap dan cenderung mendukung program-program kebijakan pemerintah. Najwa sebagai host bertugas mengendalikan acara secara netral, tidak memihak salah satu kubu yang dirasa menguntungkan. Hal seperti ini yang menimbulkan persepsi masyarakat apalagi mahasiswa yang sering mengikuti berita-berita yang terjadi di Indonesia, cenderung mempunyai persepsi kritis. Nova (2011) mendefinisikan persepsi adalah suatu proses dimana seseorang menyeleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasi suatu stimulus ke dalam gambaran dunia yang menyeluruh. Pembentukan persepsi atau opini publik dapat melalui produk media massa yang dituangkan dalam acara talkshow seperti Mata Najwa di Metro TV.

Banyak survei telah menunjukkan bahwa sebagian besar anggota masyarakat memiliki televisi sebagai sumber informasi dasar dan mereka menganggap televisi sebagai sumber yang dapat dipercaya karena orang memiliki kemampuan untuk mendengar orang berbicara dan melihat orang-orang bertindak (Mahsud, Chaudhry, & Madni, 2013). Berdasarkan hasil pengelompokan responden dalam menonton Mata Najwa menunjukan bahwa semua mahasiswa menonton untuk mendapat informasi sebanyak 30 orang (100%). Kemudian dalam meluangkan waktu untuk menonton Mata Najwa menunjukan distribusi responden pernah meluangkan waktu tertinggi sebanyak 22 orang (73,33%) masuk kategori responden yang baik dan selalu meluangkan waktu ada 8 orang (26,67%) masuk responden sangat baik. Selanjutnya dalam mengikuti Mata Najwa menunjukan distribusi tertinggi adalah selalu mengikuti secara keseluruhan sebanyak 17 orang (56.67%) masuk kategori sangat baik dan pernah mengikuti hingga selesai ada 13 orang (43,33%) masuk kategori baik. Frekuensi menonton Mata Najwa menunjukan bahwa responden menonton 2 sampai 3 kali dalam sebulan menjadi distribusi tertinggi sebanyak 21 orang (70%) masuk kategori baik, 4 sampai 5 kali dalam sebulan ada 9 orang (30%) masuk kategori sangat baik, dan yang menonton 1 kali dalam sebulan (kategori jelek) tidak ada.

Rosmawaty (2010) menjelaskan persepsi merupakan proses pengumpulan informasi dan pemberian makna. Persepsi pada setiap orang juga berbeda karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Sehingga persepsi pada setiap individu dapat terbentuk berdasarkan hasil selektifitas, karena setiap individu mempunyai kontrol terhadap berbagai stimuli yang masuk. dalam persepsi meski stimulusnya sama akan tetapi karena pengalaman tidak sama, kemampuan berpikir tidak sama,

kerangka acuan tidak sama, adanya kemungkinan hasil persepsi antara individu yang satu dengan individu yang lainnya berbeda. Dalam jurnal (Campbell, 2007) yang membahas tentang perbandingan lintas-budaya persepsi penggunaan ponsel di pengaturan publik dalam lingkup bioskop, restoran, bus, toko kelontong, kelas, dan trotoar dengan sampel dari AS, Hawaii, Jepang, Taiwan dan Swedia. Hasilnya banyak kesamaan budaya dan perbedaan, peserta Taiwan cenderung melaporkan lebih toleransi untuk penggunaan ponsel di sebuah teater, restoran, dan kelas. Peserta Jepang cenderung lebih toleran terhadap penggunaan ponsel di ruang kelas, tetapi kurang toleran terhadap penggunaan di trotoar dan di bus.

Begitu pula dalam penelitian ini ketika mahasiswa sama-sama menonton Mata Najwa, namun persepsi mereka bisa berbeda-beda. Hal ini tergantung pada karakter individu tersebut, selain itu perhatian juga menjadi faktor penentu dalam memberikan persepsi. Mahasiswa sebagai penonton secara selektif menaruh perhatian kepada pesan-pesan berdasarkan kepentingan mereka disesuaikan dengan kepercayaan serta nilai-nilai sosial dan perbedaan perhatian. Persepsi mahasiswa terhadap waktu penayangan Mata Najwa menghasilkan skor total sejumlah 393, dengan mean sebesar 3.27 masuk dalam kategori **sangat positif**. Temuan tersebut menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap waktu penayangan adalah baik. Mata Najwa mampu menyebarkan informasi di waktu yang tepat pada jam prime time. Darwanto (2007) menyatakan komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa baik media cetak maupun elektronik yang ditunjukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim sehingga pesan atau informasi yang sama dapat diterima secara serentak dalam waktu sesaat.

Media dalam menghadirkan informasi harus disesuaikan dengan kebutuhan khalayak maka dari itu harus membuat program acara yang bagus supaya bisa diterima oleh masyarakat. Persepsi mahasiswa terhadap setting acara menghasilkan skor total sejumlah 685, dengan mean sebesar 3.26. Nilai tersebut masuk dalam kategori **sangat positif**. Temuan kedua menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap setting acara adalah baik. Mata Najwa mampu menyajikan talkshow yang menarik, kemasannya lebih bervariasi, tempat duduk saling berhadapan, background, backsound yang sudah sesuai dan untuk mengurangi kejenuhan mengadakan Mata Najwa On Stage, sehingga penonton menyukai acaranya dan bersedia mengikutinya. Menurut Morissan (2011) program acara merupakan segala hal yang ditampilkan oleh stasiun televisi untuk memenuhi kebutuhan audien. Program dapat disamakan dengan sebuah produk yang dibutuhkan audien sehingga mereka bersedia mengikutinya, sehingga program tersebut dapat dijual kepada pemasang iklan.

Program informasi adalah program yang memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap suatu hal yang sedang terjadi dan dianggap penting oleh publik. Tema yang diangkat dalam acara talkshow bisa beragam seperti masalah sosial, budaya, politik, ekonomi, pendidikan, olahraga, gaya hidup, isu-isu hangat dalam masyarakat dan sebagainya (Morissan, 2011). Persepsi mahasiswa terhadap tema atau materi Mata Najwa menghasilkan skor total sejumlah 769, dengan mean sebesar 3.2. Nilai tersebut masuk dalam kategori **positif**. Temuan ketiga menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap tema atau materi adalah baik. Mata Najwa mengangkat tema yang sangat beragam, membahas isu yang sedang terjadi dimasyarakat yang menjadi trending topic dirasa sudah tepat karena dapat memberikan informasi dan wawasan yang bermanfaat. Menurut Gamble (2005) persepsi bisa dihasilkan melalui sebuah proses aktif dari dalam diri kita saat berupaya memilah, mengelompokkan serta memberikan makna pada setiap informasi yang kita terima.

Persepsi mahasiswa terhadap narasumber menghasilkan skor total sejumlah 674, dengan mean sebesar 3.2. Nilai tersebut masuk dalam kategori **positif**. Temuan keempat menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap narasumber adalah baik. Mata Najwa dirasa tepat menghadirkan *news value* sebagai narasumber dan juga sering mengundang narasumber pendukung pemerintah dan oposisi dengan pemerintah, keduanya sering bertentangan dalam memberikan argument atau berpendapat menjadi perbincangan yang menarik membuat acara talkshow lebih hidup. Morissan (2011) menyatakan talkshow yang dapat memikat audien harus ada pembicara yang memiliki opini kuat namun bertentangan seperti sedang berkonflik dengan pembicara lainnya, para narasumber sebagai pembicara yang terlibat dalam talkshow harus memiliki perbedaan pandangan yang jelas.

Jenis persepsi terbagi menjadi dua macam yaitu persepsi terhadap manusia dan persepsi terhadap non manusia. Berkaitan dengan penelitian ini dalam program talkshow ada persepsi terhadap manusia yaitu persepsi mengenai pembawa acara dan narasumber Persepsi terhadap pembawa acara Mata Najwa menghasilkan skor total sejumlah 862, dengan mean sebesar 3.19. Nilai tersebut masuk dalam kategori **positif**. Temuan kelima menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara adalah baik. Program Mata Najwa sudah efektif menggunakan Najwa Shihab selaku host, karena memiliki cara berfikir yang kritis sebelum maupun sesudah pemilihan presiden 2014 dan memiliki gaya bertanya yang tajam, pandai menggali informasi sehingga acara mampu dibawakan dengan baik. Menurut Walgito (2010) manusia yang dipersepsi mempunyai kemampuan, perasaan ataupun aspek lain seperti halnya pada orang yang mempersepsi. Orang yang dipersepsi dapat mempengaruhi pada orang yang mempersepsi.

Secara keseluruhan persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap Mata Najwa adalah **positif** dengan mean 3.22 hal ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap program ini adalah baik. Dimensi waktu penayangan menempati posisi tertinggi dari dimensi lainnya dengan mean sebesar 3.27, nilai tersebut masuk dalam kategori sangat positif. Sedangkan dimensi yang terendah adalah dimensi pembawa acara dengan mean 3.19 masuk dalam kategori positif. Hasil ini didukung oleh penelitian Martanto (2014) yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS 2010/2011 tentang talkshow Show Imah di Trans TV mendapat respon 78,50 % masuk dalam kategori positif. Hal tersebut dilihat dari persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara rata-rata menyatakan sudah cukup menarik dan sangat menghibur dengan nilai rata-rata sebesar 78,68%, sedangkan persepsi terhadap kualitas program acara meliputi materi acara, waktu penayangan, dan setting acara rata-rata dianggap sudah cukup menarik untuk dijadikan sebagai tanyangan hiburan yang dikemas dalam bentuk acara talkshow komedi dengan nilai rata-rata sebesar 78,34%.

Selain itu hasil penelitian ini juga didukung jurnal (Day, 2015) persepsi media kredibilitas dinilai di antara empat jenis kredibilitas media, persepsi kredibilitas televisi dalam negeri dengan mean sebesar 3.52 tertinggi dalam kategori positif, sedangkan kredibilitas televisi internasional dengan mean 2.07 adalah terendah. Sedangkan untuk perbandingan pada penelitian Rahman (2015) yang menunjukkan persepsi mahasiswa terhadap Mata Najwa episode Gengsi Berebut Kursi dimensi narasumber Angel Lelga cenderung negatif karena tidak bisa memberikan informasi dan persepsi positif diberikan pada penampilan Najwa Shihab sebagai pembawa acara yang lebih menguasai materi.

Jadi pernyataan bahwa Mata Najwa setelah pemilihan presiden 2014 dipengaruhi unsur politik, ada perubahan sikap dan cenderung mendukung program-program kebijakan pemerintah itu tidak terbukti. Justru temuan mengenai persepsi LPM Pabelan UMS terhadap Mata Najwa di Metro TV periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016, menunjukkan bahwa Mata Najwa tidak terpengaruh unsur politik karena tetap kritis sebelum atau sesudah pemilihan presiden 2014. Mata Najwa menjunjung tinggi peran media secara netral tidak memihak salah satu kubu, meskipun pemilik media Surya Paloh bergabung dipemerintahan Jokowi. Menurut (Sadaf, 2011) peran utama media yang paling penting yakni tidak hanya memberikan informasi umum tetapi juga mampu membuat dan menjembatani atas kesenjangan antara dua ujung yang berbeda dari sebuah isu.

#### **4. PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap program talkshow Mata Najwa di Metro TV periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016 dapat ditarik kesimpulan bahwa secara keseluruhan persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap program talkshow Mata Najwa di Metro TV periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016 adalah positif dengan mean 3.22. Dimensi waktu penayangan menempati posisi tertinggi dari dimensi lainnya dengan mean sebesar 3.27 masuk dalam kategori sangat positif, sedangkan dimensi yang terendah adalah dimensi pembawa acara dengan mean 3.19 masuk dalam kategori positif. Temuan ini menunjukkan bahwa Mata Najwa adalah program talkshow yang baik karena tidak terpengaruh unsur politik. Mata Najwa tetap kritis sebelum maupun sesudah pemilihan presiden 2014 karena menjunjung tinggi peran media secara netral tidak memihak salah satu kubu, meskipun pemilik media Surya Paloh bergabung dipemerintahan Jokowi.

Penelitian ini terbatas pada bahasan secara deskriptif mengenai persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap program talkshow Mata Najwa di Metro TV saja, tanpa melihat adanya faktor lain dalam penelitian ini yang mungkin penting dan terlewatkan, seperti faktor - faktor internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi proses timbulnya persepsi. Penggunaan metode secara kuantitatif dengan variabel tunggal dirasa belum mampu menjelaskan secara detail. Pada penelitian berikutnya disarankan agar menggunakan metode kualitatif dengan teknik *deep interview*. Selain itu hasil penelitian ini juga dapat dijadikan pijakan bagi pengembangan penelitian selanjutnya dengan teori dan metode penelitian yang lainnya. Misalnya menggunakan teori *uses and gratification*, *hypodermic needle* dan metode yang digunakan dapat berupa analisis isi, studi korelasi, framing. Sehingga tidak stagnan dalam penelitian ini saja melainkan dapat dikembangkan dalam penelitian yang lebih kritis.

Secara khusus untuk Mata Najwa di Metro TV harus tetap mempertahankan eksistensinya dalam persaingan media yang semakin ketat khususnya dalam program talkshow dengan cara memberikan inovasi baru. Sedangkan saran untuk masyarakat diharapkan lebih selektif dalam memilih program acara yang akan ditonton, Mata Najwa bisa dijadikan pilihan yang tepat dalam menyaksikan acara talkshow untuk menambah informasi.



## PERSANTUNAN

Penelitian ini disusun agar dapat memenuhi salah satu syarat dalam mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. terselesaikannya penelitian ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari pihak lain, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis hendak mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LPM Pabelan yang telah bersedia menjadi objek penelitian dan Bapak Budi Santoso, S.Sos, M.Si selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk, arahan dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga bisa terselesaikan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Darwanto. (2007). *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Jauhari, H. (2013). *Jurnalisme Televisi Indonesia*. Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Pubic Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Morissan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran : Strategi mengelola radio dan televisi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Nova, F (2011). *Crisis Publik Relations*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Rosmawaty. (2010). *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Bandung : Widya Padjadjaran
- Sarwono, J. (2015). *Rumus-rumus populer dalam SPSS 22 untuk riset skripsi*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Umar, H. (2002). *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia. Pustaka Utama
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikolog Umum*. Yogyakarta : C.V Andi Offset
- Wulandari, D. (2009). *Komunikasi dan Konseling dalam praktik kebidanan*. Yogyakarta : Nuha Medika Press

**Jurnal :**

- Campbell, S. W. (2007). Perceptions of Mobile Phone Use in Public Settings : A Cross-Cultural Comparison, *1*, 738–757.
- Day, A. G. (2015). Beyond the Western Masses : Demography and Perceptions of the Credibility of Pakistani Media, *9*, 2282–2305.
- Etchegaray, N., & Correa, T. (2015). Media Consumption and Immigration : Factors Related to the Perception of Stigmatization Among Immigrants, *9*, 3601–3620.
- Mahsud, M. N., Chaudhry, I. A., & Madni, A. R. (2013). Exposure to Private TV Channels' Political Coverage and Viewers' Perception, *3*, 1–21.
- Martanto, D. (2014). Persepsi mahasiswa tentang program acara talkshow Show Imah di trans tv (studi deskriptif kuantitatif pada mahasiswa universitas muhammadiyah surakarta 2010) Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Prasetyo, Tiyanto & Surwati. (2014). Persepsi Mahasiswa Terhadap Informasi Hukum Dalam Acara ILC TV One (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa KSP Principium Fakultas Hukum UNS) Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Rahman, I. Q (2015). Persepsi Mahasiswa Universitas Telkom Pada Acara Talkshow Di Televisi (Studi Kasus tentang Persepsi Anggota Pers Ikom yang Menjadi Pemirsa Acara Talkshow Mata Najwa Episode Gengsi Berebut Kursi di Metro TV) Universitas Telkom.
- Sadaf, A. (2011). Public Perception of Media Role, *1*(5), 228–236.
- Sutarso, J., Komunikasi, J. I., Surakarta, U. M., & Kekuasaan, H. (2012). Perempuan, Kekuasaan Dan Media Massa : Sebuah Studi Pustaka, *1*(1), 1–17.

**Internet :**

- [www.matanajwa.metrotvnews.com](http://www.matanajwa.metrotvnews.com). Diakses pada hari selasa 10 november 2015 pukul 19.30.
- [www.surveykiprogramtvberkualitas2015.com](http://www.surveykiprogramtvberkualitas2015.com). Diakses pada hari senin 4 januari 2016 pukul 20.00.